

Arena-FINA a cappella jusqu'en 2019

Arena nage en plein succès ! La griffe devient le partenaire équipementier de la FINA (Fédération Internationale de Natation) pour cinq ans, jusqu'en 2019. C'est une consécration mondiale pour la marque du waterwear.



Info Publié le: 24 janvier 2014

arena water instinct

Détails **Communiqué de presse, vendredi 24 janvier 2014**

Ce nouvel accord place Arena comme partenaire et équipementier des événements majeurs de natation comme les Championnats du monde en petit et grand bain, les Championnats du monde Juniors ou encore les Championnats du monde Masters. La marque aux trois diamants devient aussi le fournisseur exclusif de la FINA pour tout ce qui concerne l'équipement en maillots de bain, accessoires de natation et tenues de sport de tout le comité directeur, le staff et les bénévoles qui travailleront sur ces événements.

« Nous sommes naturellement heureux d'avoir signé cet accord majeur avec la FINA, il s'agit d'un événement historique pour nous, se réjouit Cristiano Portas, CEO d'Arena group. Chez Arena, la natation, c'est notre vie. Être encore davantage impliqués dans ce sport avec des événements de première catégorie aux côtés des instances dirigeantes de la FINA, nous rend très fiers. Cela va aussi accélérer la croissance de la marque. Être aux premières loges de la natation et poursuivre notre stratégie en vue de devenir le leader mondial de tous les sports aquatiques sont pour nous des sources de motivation quotidiennes. Le renforcement de notre partenariat avec la FINA est l'opportunité idéale pour rendre à la natation tout ce qu'elle nous a déjà tant donné ».

« Nous sommes ravis de ce nouvel accord avec la FINA, poursuit Masatoshi Ishimoto, président de Descente, l'entreprise qui gère la marque Arena au Japon, en Corée du Sud, en Chine et en Asie de l'Est. Ce nouveau partenariat va enrichir nos relations avec la FINA et accroître notre notoriété au niveau international. Il s'agit d'une belle opportunité pour poursuivre le développement de nos activités marketing internationales ».

Ce partenariat arrive au moment où Arena réalise un chiffre d'affaires record depuis deux ans. Le groupe Arena enregistre un CA de 95 millions d'euros, en augmentation de +8% en 2013 par rapport à l'année précédente. Ses produits technologiques et ses partenariats stratégiques consolident sa position de marque globale de référence, notamment pour tout ce qui est équipements de compétition et savoir-faire technologique. L'été dernier, Arena est devenue la marque N°1 sur les podiums des Mondiaux de Barcelone. Près de 50% des médaillés et la moitié des champions du monde (23 sur 46) ont décroché leurs titres en Arena.

C'est sur le terrain, autour des bassins, à l'écoute des athlètes et de leur entourage, qu'Arena a tissé sa toile et assis son développement sur tous les continents. Ses équipes R&D ont su apporter une réponse décisive avec la technologie Carbon pro qui amène une compression intelligente. Les investissements réalisés sur le plan technologique s'accompagnent d'une redynamisation de sa stratégie de développement à l'international. Arena a donné un coup d'accélérateur à son développement au lendemain des J.O. de Pékin en 2008. La marque a renforcé sa « dream team » mondiale, d'Alain Bernard (France) à A. Peirsol (USA) ou M. Cavic (Serbie) et plus récemment

C. Le Clos (Afrique du Sud), J. Magnussen et C. Campbell (Australie). En parallèle, Arena renoue avec le triathlon et présente une collection complète trifonction en 2013. Cette même année, elle devient le partenaire de deux grands champions de la discipline : Ivan Rana et Alejandro Satamaria Perez. En 2014, Arena signe un contrat de partenariat avec la Française Jeanne Collonge (double-vainqueur et recordwoman du célèbre Embrunman) et avec son entraîneur Yves Cordier. La marque devient aussi partenaire de l'Ironman de Nice pour deux ans.

« Ce contrat avec la FINA est un grand pas en avant pour la marque, confirme Giuseppe Musciacchio, responsable du développement Arena. 2012 et 2013 ont été des années fortes pour nous avec les performances de nos athlètes qui portaient notre dernière technologie, la Powerskin Carbon Pro aux J.O. de Londres (2012), puis aux Mondiaux de Barcelone (2013). Nous avons aussi signé plusieurs partenariats prestigieux avec des fédérations nationales comme les Etats-Unis, les Pays-Bas, l'Italie, la Chine et le Japon, mais aussi avec certains des meilleurs athlètes de la planète. Nous avons maintenant hâte d'être en décembre à Doha, pour nos premiers Championnats du monde (PB) en tant que partenaire officiel de la FINA ».

Cet accord arrive aussi dans une période de changement pour la FINA. Par exemple, elle va réunir en un seul et même événement, les Championnats du monde et les Championnats du monde Masters.

« Il est très important pour nous de franchir un pas supplémentaire dans notre collaboration fructueuse avec Arena. Cette marque prestigieuse est reconnue par la plupart des meilleurs athlètes du monde grâce à sa capacité de réunir les meilleures conditions pour aller toujours plus loin dans la performance, déclare Julio C. Maglione président de la FINA. En étant associée à nos principales compétitions, Arena a ainsi l'opportunité de montrer davantage la qualité et l'excellence de ses produits. C'est également bénéfique pour nos athlètes et toute l'équipe de la FINA, pour améliorer encore l'image, la médiatisation et le prestige de ces événements à travers le monde. »

Arena et la FINA collaborent depuis les années 80. Plus récemment, Arena est devenue partenaire de la FINA sur les étapes de la coupe du monde de natation. Avec ce nouveau partenariat, la marque devient le partenaire officiel de la FINA pour les compétitions de natation suivantes :

- 12èmes Championnats du monde (PB), 2014 (Doha – Qatar)
- 16èmes Championnats du monde et Championnats du monde Masters, 2015 (Kazan – Russie)
- 5èmes Championnats du monde Juniors, 2015 (Singapour)
- 13èmes Championnats du monde (PB), 2016 (Windsor – Angleterre)
- 17èmes Championnats du monde et Championnats du monde Masters, 2017 (Guadalajara – Mexique)
- 6èmes Championnats du monde Juniors, 2017 (Budapest – Hongrie)
- 14èmes Championnats du monde (PB), 2018 (ville à déterminer)
- 18èmes Championnats du monde et Championnats du monde Masters, 2019 (Gwangju – Corée du Sud)
- 7èmes Championnats du monde Juniors, 2019 (ville à déterminer)

Ce partenariat est aussi un joli cadeau de bienvenue à son nouvel actionnaire majoritaire depuis le 23 décembre dernier, le fond d'investissement suisse Capvis et confirme ses ambitions sur le marché mondial.

« Ce nouveau partenariat est aussi la meilleure façon de commencer avec notre nouvel actionnaire majoritaire, le fond d'investissement suisse Capvis (qui a racheté Arena en décembre 2013), conclut Cristiano Portas. Nous ouvrons un nouveau chapitre dans l'aventure Arena. Avec tout ce qui s'est passé ces dernières années, nous nous sentons à l'avant-garde des sports

aquatiques, et nous avons l'intention de poursuivre dans cette voie ».

L'équipementier poursuit deux objectifs : pénétrer de nouveaux marchés et conforter son statut de marque globale spécialiste de la natation... sur tous les continents. Arena récolte cette année les fruits de son travail en montrant sa capacité à rebondir et à offrir aux nageurs l'équipement réglementaire qui leur convient.

Arena est désormais présente sur tous les continents et dans toutes les disciplines renforçant ainsi sa crédibilité auprès des nageurs, quel que soit leur niveau. Cette dimension mondiale trouvera son expression avec le site web arenawaterinstinct.com qui sera en ligne en mars prochain. Cette plateforme digitale unique au plan mondial mettra en lumière toutes ses facettes et intégrera un e-shop.

A propos d'Arena – www.arenainternational.com et www.arenapowerskin.com

Depuis 1973, Arena développe et commercialise des produits destinés aux nageurs compétiteurs comme amateurs. Elle est reconnue comme l'une des marques de tout premier plan pour la qualité de ses maillots de bain et accessoires. Depuis 40 ans, la société possède une grande expertise dans le développement de produits high-tech destinés à la compétition tout en renforçant progressivement ses segments loisir/beach et bien-être. Arena possède des filiales en Italie, en France, en Allemagne et aux Etats-Unis, et un réseau de distributeurs à travers le monde. Arena est présente dans 106 pays à travers le monde. L'entreprise est un acteur majeur du monde de la natation et renforce ses activités de sponsoring à tous les niveaux : instances dirigeantes, fédérations nationales, athlètes et clubs.

Service presse Arena

Marie-Claude Prévitali

--

media conseil presse

52, avenue Félix Viallet

38000 Grenoble

tél. : +33 (0)4 76 86 84 00

port. : +33 (0)6 08 98 74 13

fax : +33 (0)4 76 86 22 35

contact@mediaconseilpresse.com

www.mediaconseilpresse.com

Download PDF